

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:20), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Adapun strategi penelitian asosiatif kausal yang digunakan bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara dua variabel atau lebih (Suliyanto, 2018:15). Peneliti menggunakan strategi asosiatif karena menggunakan dua variabel yang berbeda, di mana variabel tersebut adalah gaya hidup (X_1), loyalitas ARMY (X_2), dan kredibilitas *brand ambassador* (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek / objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:136). Populasi bukan hanya orang, melainkan objek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek / subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah *fans* BTS atau ARMY yang berbelanja di Tokopedia. Karena jumlahnya yang tidak diketahui secara pasti, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:137). Sampel dalam penelitian ini adalah fandom BTS atau ARMY di wilayah Jabodetabek yang berbelanja di Tokopedia selama BTS menjadi *brand ambassador*. Karena anggota populasi yang cukup besar dan karena keterbatasan tenaga, waktu, dan dana, maka peneliti menggunakan sampel diambil dari populasi tersebut. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan acuan literasi dari Sugiyono (2017:91) yang menyarankan tentang ukuran sampel dalam penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Berdasarkan literasi nomer 1, maka peneliti menetapkan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Karena ukuran sampel yang ideal antara 30 sampai dengan 500.

Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, karena tidak semua anggota yang menjadi populasi memiliki peluang / kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena penentuan sampel dengan pertimbangan yang sudah ditentukan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Seorang *fans* BTS yaitu, ARMY.
2. Pria dan wanita.
3. Berusia 16-30 tahun.
4. Berdomisili di Jabodetabek.
5. Telah berbelanja di Tokopedia selama BTS menjadi *brand ambassador* Tokopedia.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Sumber Data

Berdasarkan sumber datanya, pengumpulan data terdapat dua jenis sumber data, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Menurut Sugiyono (2018:219), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti itu sendiri. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarakan secara *online*.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari sumber aslinya. Menurut Sugiyono (2018:219), sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal terdahulu, buku-buku literatur, *website* perusahaan, dan artikel berita.

3.3.2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner melalui *google form* yang disebarakan secara *online*. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:225). Waktu yang dibutuhkan untuk

pengumpulan data terhitung dari tanggal 25 Desember 2021 sampai dengan 8 Januari 2022.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam metode kuesioner penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:158). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert dapat berupa kalimat Sangat Setuju–Sangat Tidak Setuju. Pengukuran dengan skala Likert diberi skor 1–5 disetiap pertanyaan atau pernyataan. Keterangan skor dan pembagian kategori ditunjukkan pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Skala Likert

No.	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2018:159)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:68).

Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2018:68), variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab pengaruhnya variabel dependen (variabel terikat). Sedangkan, variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat terhadap variabel independen (variabel bebas).

Variabel independen penelitian ini adalah gaya hidup (X_1), loyalitas ARMY (X_2), dan kredibilitas *brand ambassador* (X_3). Variabel dependen penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y). Berikut ini adalah penjelasan mengenai variabel pada penelitian ini:

1. Gaya hidup perilaku responden untuk berbelanja di Tokopedia yang dipengaruhi oleh kegiatan hidupnya sehari-hari, keinginan / ketertarikan terhadap sesuatu dalam hidupnya dan memilih berbelanja di Tokopedia, dan pendapat yang diutarakan secara lisan atau tertulis sebagai respon.
2. Loyalitas Pelanggan dalam penelitian ini adalah *fans* BTS (ARMY) mengacu pada kesetiaan terhadap pembelian produk, ketahanan terhadap pengaruh negatif Tokopedia, dan merekomendasikan untuk belanja di Tokopedia kepada orang lain.
3. Kredibilitas *Brand Ambassador* (BTS) merupakan *boyband* asal Korea Selatan yang diyakini memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik berbelanja di Tokopedia, yang diiklankan oleh BTS. BTS memiliki paras yang tampan dan prestasi yang membanggakan, dapat dipercaya di mata *fans*-nya, dan memiliki keahlian.
4. Perilaku Konsumtif responden yang memiliki sikap saat membeli suatu barang / jasa berdasarkan karena hadiah yang ditawarkan, produk dikemas dengan rapi atau terlihat menarik, membeli untuk terlihat trendi atau menaikkan kelas sosial, dan membeli produk yang mahal karena tuntutan gaya hidup yang mewah.

Variabel-variabel penelitian yang telah diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan setiap indikator memiliki sub-indikator. Sub-indikator tersebut digunakan untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
----------	-----------	---------------	----------

Gaya Hidup (X_1) Plummer dan Assael dalam (Setiadi, 2015:81-82)	<i>Activity</i> (Aktivitas)	1. Kegiatan konsumen yang dilakukan pada waktu luang	1
		2. Aktivitas apa yang dikerjakan konsumen	2
		3. Produk yang dibeli konsumen untuk menunjang aktivitas	3
	<i>Interest</i> (Minat)	1. Ketertarikan terhadap sesuatu	4
		2. Kegiatan yang disukai konsumen	5
		3. Kegiatan yang dilakukan terus-menerus	6
	<i>Opinion</i> (Opini)	1. Pendapat yang diutarakan	7
		2. Pandangan terhadap diri sendiri dan orang lain	8
	Loyalitas ARMY (X_2) Kotler dalam (Elvera, 2020:19)	<i>Repeat Purchase</i> (Pembelian ulang)	1. Konsumen melakukan pembelian berulang
2. Tidak berpaling ke produk / merek lain			10
3. Rasa suka yang besar terhadap produk / merek			11
<i>Retention</i> (Retensi)		1. Mengabaikan pembicaraan negatif tentang produk / merek	12
		2. Konsumen tidak tertarik dengan produk / merek lain	13
<i>Referalls</i> (Rujukan)		1. Merekomendasikan kepada orang lain	14

		2. Membuat orang lain tertarik dengan promosi secara sukarela	15
Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> (X ₃) Royan dalam (Firmansyah, 2019:139)	<i>Attractiveness</i> (Daya tarik)	1. Konsumen tertarik dengan ketampanan personel BTS	16
		2. Konsumen merasa memiliki gaya hidup dan kepribadian yang sama dengan personel BTS	17
		3. BTS berpenampilan menarik	18
	<i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan)	1. BTS memiliki sifat yang jujur	19
		2. BTS memiliki kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan kepada konsumen	20
	<i>Expertise</i> (Keahlian)	1. BTS memiliki keahlian bernyanyi dan <i>dance</i>	21
		2. BTS adalah <i>boyband</i> yang berkualitas	22
		3. BTS adalah <i>boyband</i> yang menginspirasi	23
	Perilaku Konsumtif (Y) Sumartono dalam (Wardani dan Anggadita, 2021:10)	Mendapat hadiah	1. Membeli karena mendapatkan hadiah
2. Membeli bukan karena manfaat produknya			25
Kemasannya menarik		1. Membeli karena kemasannya yang rapi	26

		2. Membeli karena kemasan yang berwarna-warni	27
		3. Membeli karena kemasannya lucu	28
	Gengsi	1. Membeli supaya terlihat trendi	29
		2. Membeli karena pengaruh dari lingkungan sekitar	30
	Barang mewah	1. Membeli karena gaya hidup yang mewah	31
		2. Membeli karena tuntutan gaya hidup	32
		3. Membeli barang mewah karena kualitasnya	33
	Kelas sosial	1. Membeli untuk menjaga status sosial	34
		2. Membeli supaya dianggap dari kalangan pendapatan ke atas	35
		3. Membeli untuk pamer	36

3.5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan Teknik Uji Kualitas Data, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis, Teknik Analisis Linier Berganda, Teknik Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²), Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) untuk mengolah dan membahas data yang telah diperoleh dan menguji hipotesis.

3.5.1. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018:51). Suatu kuesioner dikatakan valid bila pernyataan pada kuesioner mampu untuk menyampaikan sesuatu yg akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan menggunakan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka suatu variabel atau konstruk dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel, maka suatu variabel atau konstruk dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018:45). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal bila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel bila masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

Dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Menurut Ghozali (2018:46), di mana variabel atau konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.70. Sebaliknya, apabila variabel atau konstruk dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0.70.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:161). Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik.

a. Analisis grafik

Menurut Ghozali (2018:161), normalitas residual dapat dilihat dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat ditentukan dengan melihat data (titik) pada diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya (Ghozali, 2018:163). Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
- 2) Data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data atau titik-titik menyebar jauh dari diagonal dan / atau tidak mengikuti arah garis diagonal.

b. Analisis statistik

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov–Smirnov (K–S) (Ghozali, 2018:165). Uji K–S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data residual berdistribusi tidak normal

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima yang berarti data residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak yang berarti data residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018:167).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018:107). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai 1) *tolerance* dan lawannya, 2) *variance inflation fator* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen menjadi variabel dependen (variabel terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai

untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Uji ini dirancang untuk menguji ada tidaknya kesamaan *variance* dan nilai residual untuk pengamatan dalam model persamaan regresi. Metode yang bisa dilakukan dalam mengidentifikasi apakah terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan uji grafik plot dan uji park. Uji park dilakukan untuk menguji heteroskedastisitas dengan meregresikan nilai logaritma natural (Ln) dari residual kuadrat ($\text{Ln}U^2_i$) (Ghozali, 2018:140). Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya, jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3. Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dua atau lebih variabel dependen (Machali, 2017:153). Untuk membuktikan kebenaran adanya pengaruh variabel independen dan variabel dependen digunakan analisis regresi dimana variabel independen yaitu gaya hidup (X_1), loyalitas ARMY (X_2), kredibilitas *brand ambassador* (X_3) dan variabel dependen (Y) adalah perilaku konsumtif. Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel independen/variabel bebas

α = Nilai konstanta

β = Koefisien regresi

X = Variabel dependen/variabel terikat

e = *Standart error*

2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018:97). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dengan melakukan uji tersebut dalam penelitian ini, dapat menunjukkan seberapa besar kontribusi dari gaya hidup (X_1), loyalitas ARMY (X_2), dan kredibilitas *brand ambassador* (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) secara bersama-sama atau simultan. Untuk mengolah uji tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 26.0. Apabila nilai R^2 pada model regresi yang telah diolah dengan uji koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka variabel independen memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh pada variabel dependen atau dapat dikatakan variabel independen memiliki pengaruh yang kuat. Jika nilai R^2 memiliki hasil yang negatif atau jauh dari angka 1, maka tidak ditemukan adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun rumus untuk menghitung koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:179), uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan nilai signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar ($5\% = 0,05$). Berikut kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018:99) :

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen atau H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018:179), uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, dengan nilai signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar ($5\% = 0,05$). Berikut kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018:98) :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, artinya semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, artinya semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.